# incontri con la pubblicità

ANNO V - N. 5-6 Settembre - Dicembre 1964
SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE
GRUPPO IV LIRE 400

RIZZOLI PUBBLICITÀ

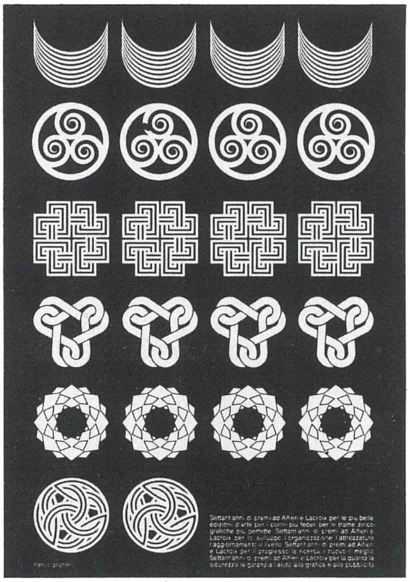
## Gli americani giudicano la pubblicità europea

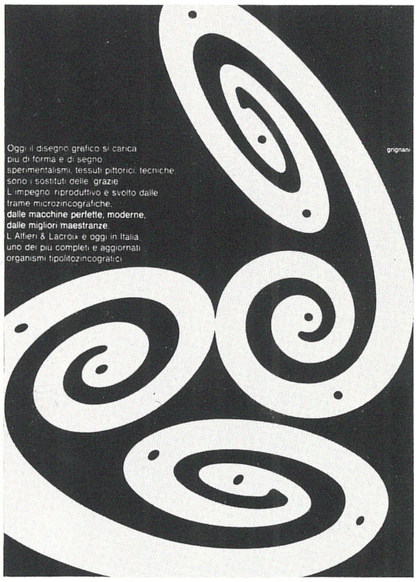
# FRANCO GRIGNANI

## UN NUOVO LINGUAGGIO GRAFICO

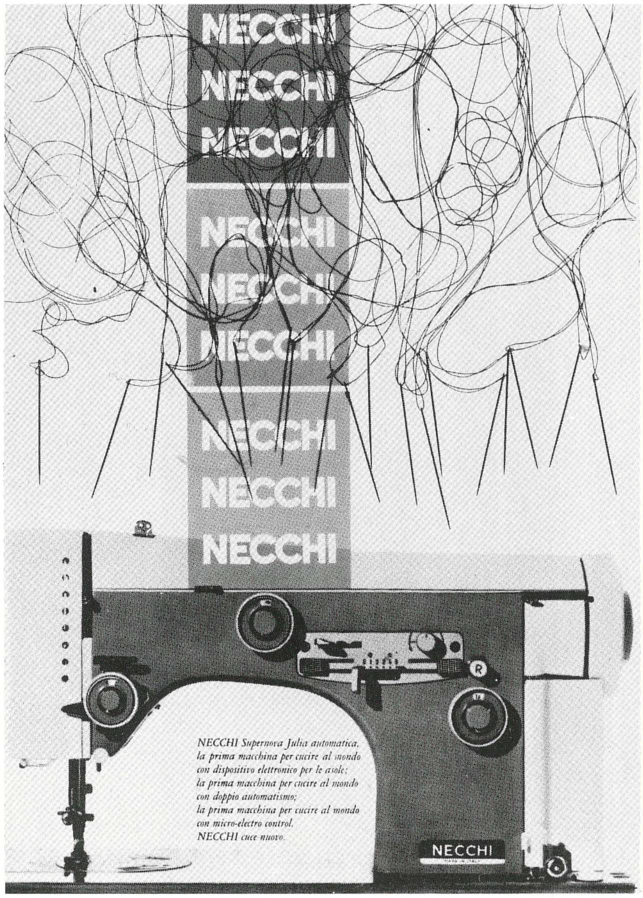
« Ho portato nella grafica due concetti: la tensione e la distorsione. Ecco, vede quei pannelli alle pareti? Quel segno che parte... ».
Franco Grignani non parla volentieri di se stesso. Stiamo conversando con lui da oltre un'ora, ed a questa affermazione che sintetizza un modo del tutto originale di esprimersi, di comunicare alle grandi masse l'abbiamo condotto con fatica, vincendo un istintivo riserbo, una spontanea modestia che nella conversazione lo portava a deviare su temi generali per non parlare della sua opera.
Si alza da dietro la scrivania per avvicinarsi, con l'indice puntato, verso uno dei pannelli. Forse è soltanto effetto del camice bianco che indossa, ma non riusciamo a toglierci l'impressione di essere in presenza, più che di uno dei più famosi nomi della pubblicità non soltanto italiana, di un medico, di un ricercatore da laboratorio, di uno scienziato. Anche il linguaggio — che ricorre prevalentemente a termini tecnici e si sposta spesso su un piano intellettualistico — rafforza questa impressione. L'indice di Franco Grignani dopo essersi fermato al centro del pannello, segue le spirali descritte dal segno.
« Sono semplicemente — dice — delle linee che si incontrano in un punto. Eppure hanno un effetto di ipnosi. Perché? Perché una serie di linee di

lunghezza differente può dare il senso del movimento? Perché le forze spaziali diventano più manifeste quando riusciamo a sentire le differenze fra gli elementi che ricorrono nell'area del disegno, (differenze nelle misure, nelle relazioni lineari, nella forma, nel colore, nella struttura).
« Ecco: il mio problema fondamentale è proprio quello di far muovere un segno che sta fermo nello spazio, in quanto uno stato di instabilità è una parte essenziale nel campo delle comunicazioni visive. (Le forme rettilinee e curvilinee hanno differente potenziale in termini di movimento). Risolvendo questo problema, creo la comunicazione ».
L'arte di Grignani è indubbiamente una delle più originali nel campo pubblicitario. Ma alla parola arte, Grignani reagisce: « Mi fa paura essere chiamato artista: anche perché non mi sento affatto tale. Ho semplicemente indicato, o tentato di indicare, un nuovo linguaggio grafico e quanto sono riuscito ad esprimere è frutto soltanto di esperienze ed errori ».
Quando appare una sua nuova campagna per qualche grande complesso industriale si potrebbe essere tentati di interpretarla come il frutto di un momento di genio estemporaneo. Ogni lavoro di Grignani è invece il risultato di un meti-

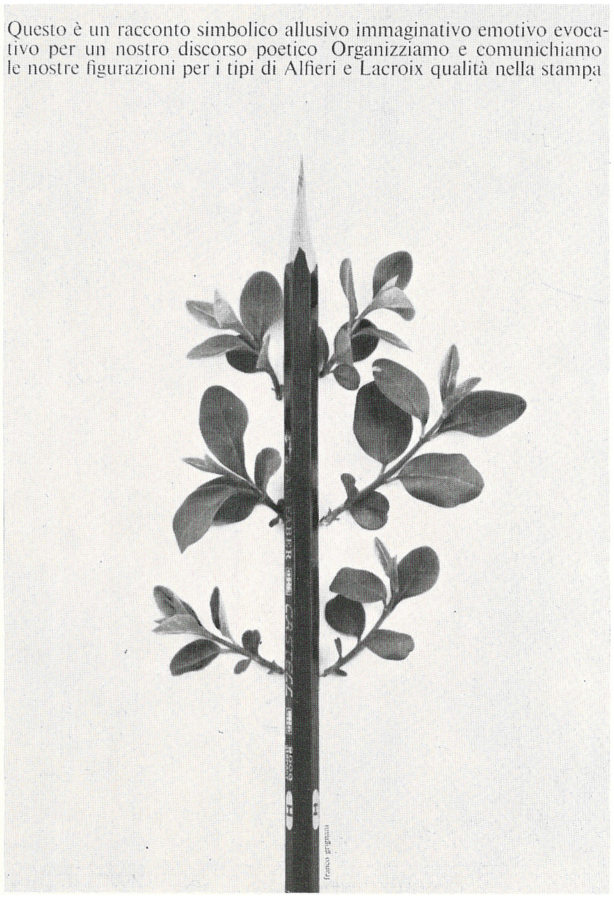




1960

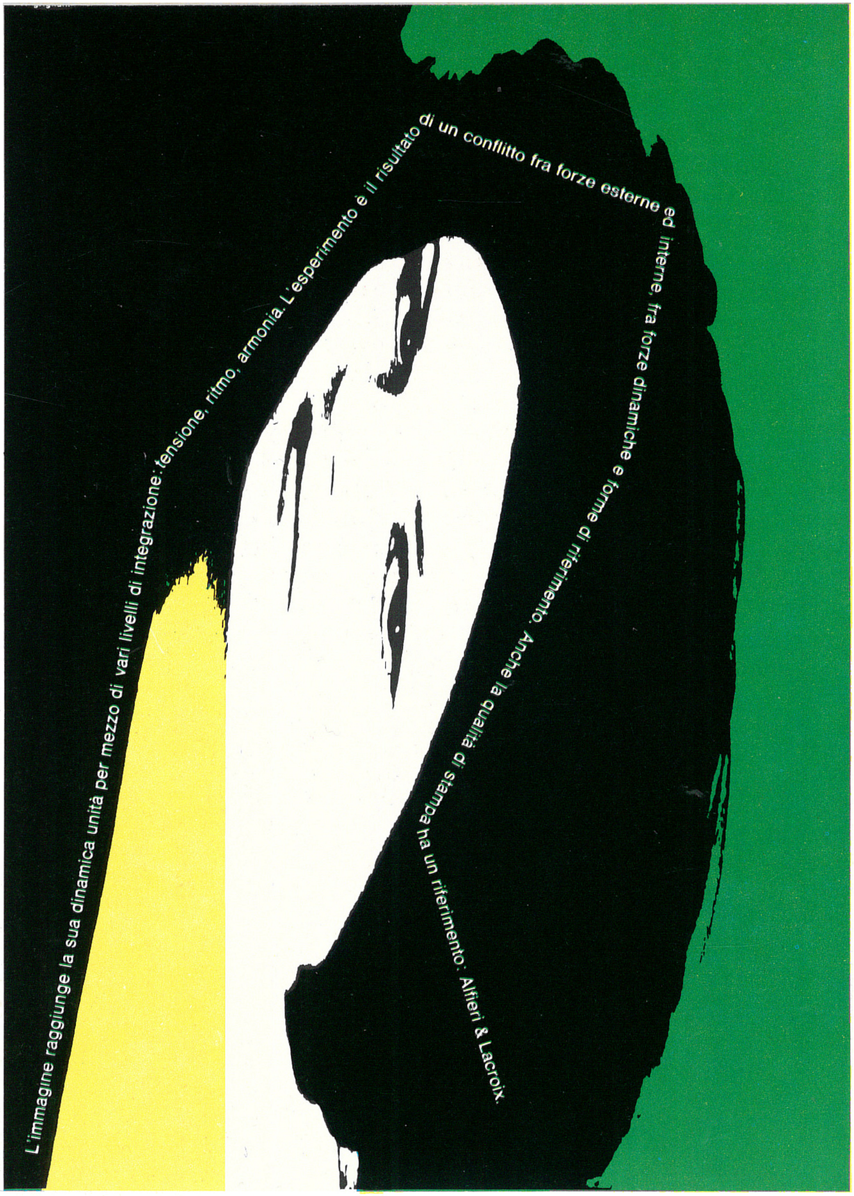



1959



1960

1960


L'immagine raggiunge la sua dinamica unità per mezzo di vari livelli di integrazione: tensione, ritmo, armonia. L'esperimento è il risultato di un conflitto fra forze esterne ed interne, fra forze dinamiche e forme di riferimento. Anche la qualità di stampa ha un riferimento: Alfieri & Lacroix.

1963

PUBBLICITA'
IN ITALIA
WERBUNG
IN ITALIEN
ADVERTISING
IN ITALY
PUBLICITE'
EN ITALIE
editrice l'Ufficio Moderno Milano
1964 1965

pubblicità
in Italia
'61 1962
Editrice L'Ufficio Moderno/Milano

pubblicità in Italia
editrice l'Ufficio
Milano

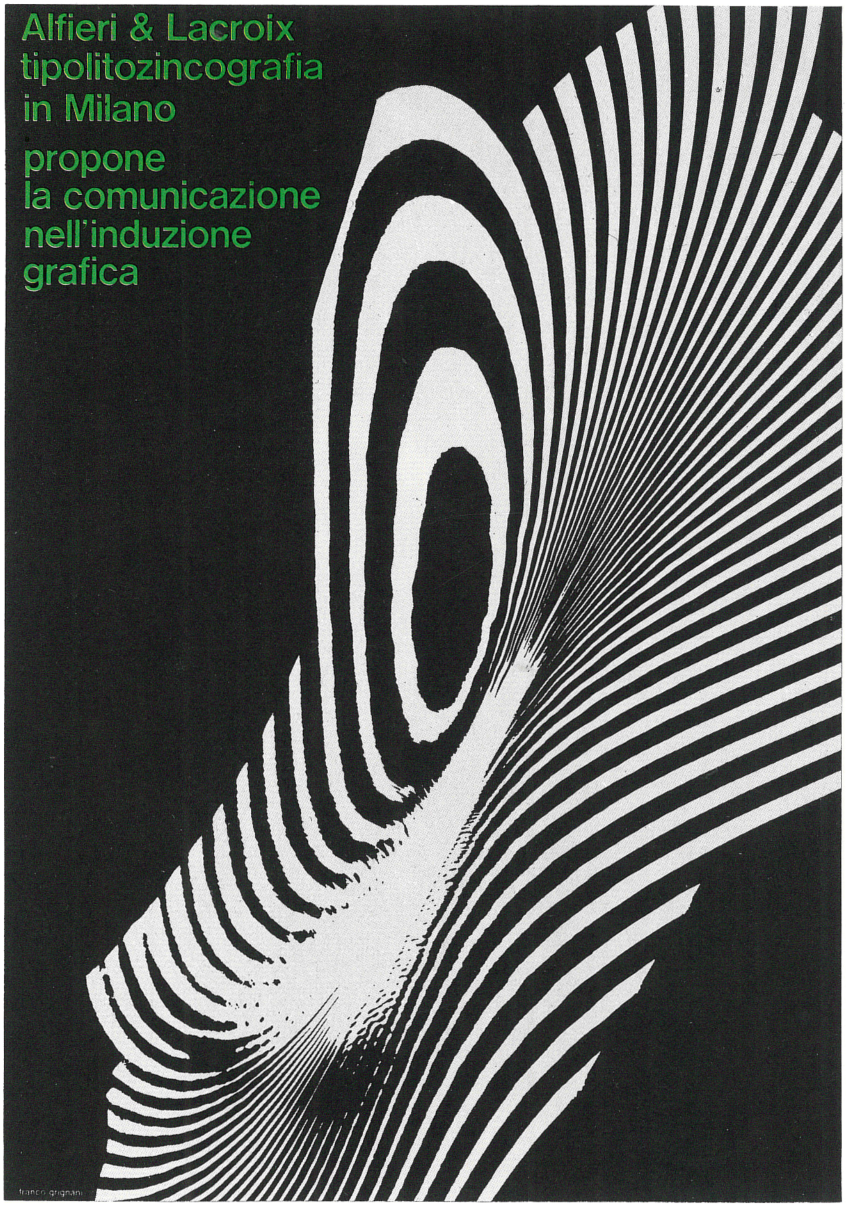
coloso studio grafico che ha le sue basi concrete nelle più rigide regole della geometria ed è al tempo stesso la sintesi di oltre settemila esperimenti che invadono gli scaffali e i cassetti del suo studio. Avrebbe voluto, da giovane, fare il pittore. Divenne invece architetto anche se continuò a coltivare la sua passione. Non era una pittura normale la sua: sentiva che il problema sentimentale gli era estraneo e che andava soprattutto alla scoperta delle materie, uscendo da schemi tradizionali. È attraverso questa duplice esperienza che Franco Grignani è arrivato alla grafica dove ha trovato la sua via perché in essa c'è l'architettura nell'ordine e c'è il calore dell'invenzione propria dell'artista.

Il pannello che Grignani ci sta illustrando riproduce un lavoro creato per Alfieri & Lacroix: è un pezzo classico che è stato notato dalle più attente ed impegnate riviste grafiche di tutto il mondo.

« In questo lavoro — dice Grignani — si ritrovano i temi fondamentali di ogni mia esperienza: cioè dispersione a partire da un centro, tensione grafica, manifestazione cinetica di elementi formali di un disegno che non presenta nessun centro visuale particolare, disegno ispirato dalla musica specialmente dai movimenti sincopati ».

Sono temi comuni a tutta l'opera di Grignani anche se ognuna presenta una sua particolare variazione, pur rispettando una regola fondamentale: la

1964



1964

**Manifesto per Alfieri e Lacroix**

Qualcosa di nuovo e di diverso in una maglia Meraklon
Alla morbidezza delle migliori lane, la fibra propilenica aggiunge qualcosa di più: le doti di una fibra nuova, resistente, di lunga durata, meravigliosa. Tradizione e avanguardia insieme, per rendere sempre più confortevole la vita di tutti i giorni. Le maglie Meraklon sono calde, morbide e leggere: non feltrano, non si restringono, si lavano con facilità e non hanno bisogno di essere stirate. Quanto lavoro in meno per la donna di casa! E costano meno!
Meraklon è il marchio della fibra propilenica impiegata in manufatti controllati e approvati: coperte, tessuti d'arredamento, stuoie, tappeti, filati d'aguglieria, maglieria esterna, maglieria intima, calze da uomo e da ragazzo, abiti da lavoro.
una fibra forte e leggera
POLYMER Gruppo Montecatini
Meraklon®
La maglieria intima Meraklon è in vendita nei negozi che espongono questa insegna.
IN VENDITA QUI PRODOTTI Meraklon
I Sigg. Distributori possono ora richiedere ai loro Fornitori i nuovi tipi in fibra propilenica-cotone e in filo continuo testurizzato, lavabili anche in lavatrice

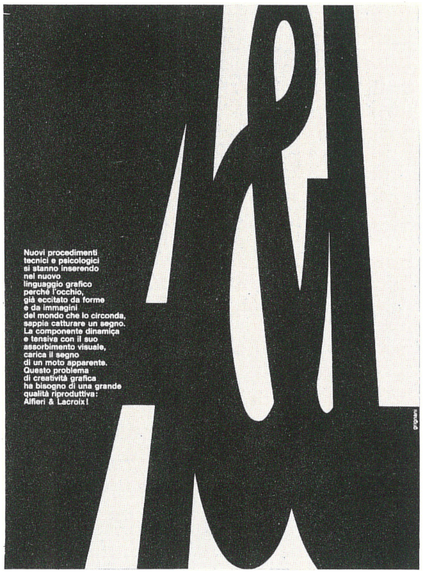
al fieri lacroix
vedere
vedere bene
vedere esatto
splendente
colorato
un foglio stampato
da alfieri
e lacroix
tipolito
zincografia
di qualità
milano
via mantegna 6
franco grignani

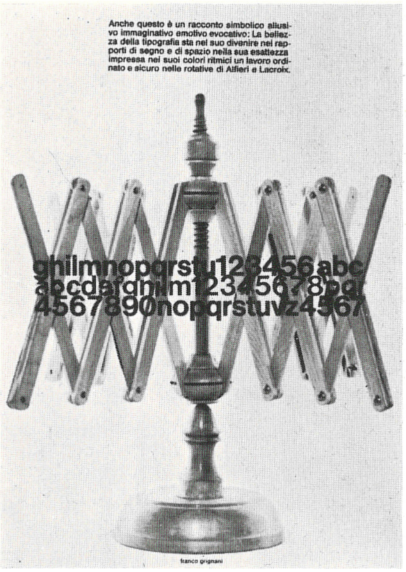
I colori Ducotone freschi e luminosi danno risalto alla linea di un divano, alla preziosità di un quadro, allo stile di un mobile.
Solo le tinte Ducotone sanno creare una magica parentesi colorata che arreda e rende più elegante la casa!
Ducotone è un prodotto sicuro, pronto per l'uso, di facile impiego, applicabile su qualsiasi superficie, subito asciutto, lavabile.
Le tinte Ducotone sono "esclusive" e sono state studiate e selezionate per voi da un gruppo di celebri architetti. A garanzia del risultato scegliete le tinte sul campionario Ducotone, che vi sarà inviato gratuitamente su richiesta o che potrete consultare presso il vostro rivenditore.
Per cautelarvi da ogni sorpresa ed essere certi di impiegare il "famoso" Ducotone, collaudato da anni di esperienza ed applicato con successo da milioni di persone, assicuratevi che le latte siano sigillate e portino i marchi DUCO e DUCOTONE.
Ducotone è un prodotto unico che non può essere confuso con altre pitture all'acqua.
Tutti sanno dipingere con Ducotone, pittura murale Montecatini. Se non avete tempo, affidatevi a un decoratore ma esigete, nel vostro interesse, che impieghi 'Ducotone'!
Ducotone valorizza l'arreda— mento!
DUCO
Ducotone

franco grignani
intervento dell'uomo della vita domina la massa amorfa ossia senza forma né nome dare una forma è dare un nome alle cose ordine razionalità esprimere uno scopo dell'uomo acqua farina lievito questo era il pane in principio poi modellato dalla mente dalle mani dal fuoco alla bocca agli occhi secondo un disegno divenne cosa viva di civiltà organizzazione dunque della natura come segno alfabeto immagine natura organizzata conosciuta bellezza formato dimensione organica di pagine parole che uomini leggono leggeranno toccano figure che vedono
form at
A ogni bocca il suo viso il suo pane a ogni pagina la giusta misura una forma

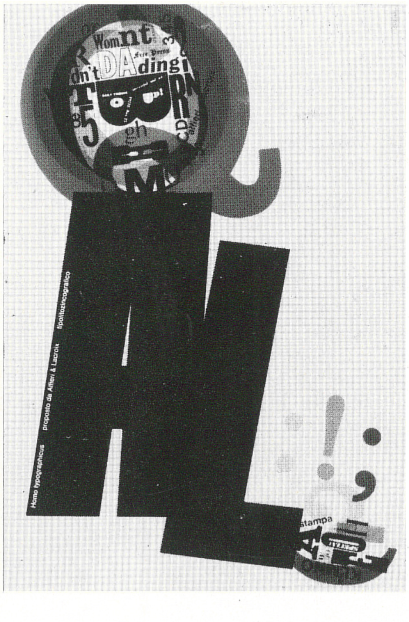
1963

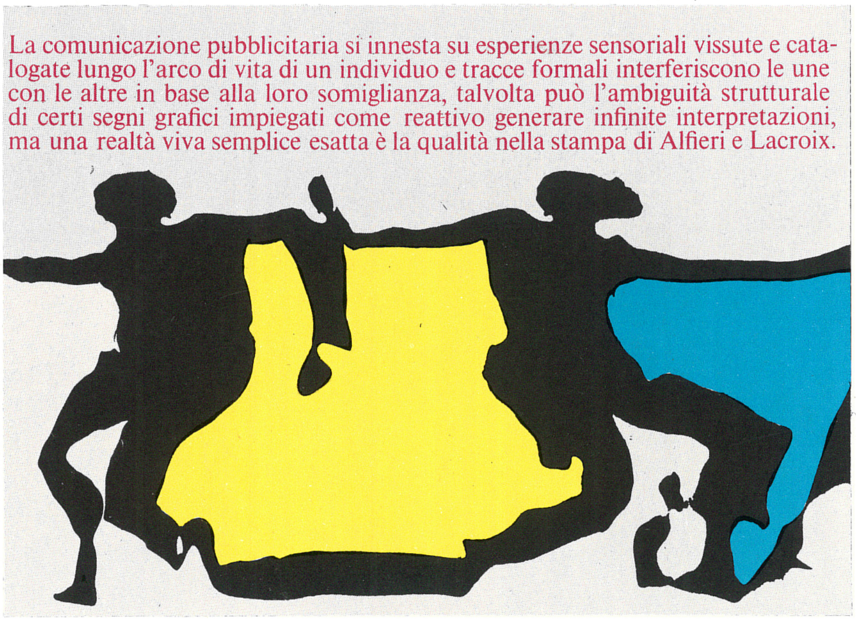
partenza, come abbiamo già detto, da un disegno geometrico. Anche sottoposti a una distorsione, i rapporti interni di questo disegno non sono mai alterati. Al contrario acquistano un più efficace potere vitale, un più grande effetto di sorpresa in quanto la tensione psicologica dell'immagine richiama nello spettatore una reazione quasi corporale.
Attraverso le vie della fisica e mettendo a frutto le nuove possibilità di esplorazione offerte dai mezzi meccanici ed ottici, Grignani agisce sull'inconscio: incatena l'occhio e lo incanala attraverso un processo psicologico che tende, con l'immagine che vive, a scoprire oltre il reale. Cosicché il segno finisce per identificarsi con la immagine che il subcosciente normalmente si fabbrica attorno ad un ideale.
Da autentico pubblicitario, Franco Grignani non dimentica che il primo obiettivo consiste nel creare dei segni e dei simboli che si impongano allo sguardo, in modo che il loro messaggio si affermi con la forza della sua espressione, vincendo la competizione con i messaggi concorrenti.
Questa forza di imposizione nell'opera di Grignani può essere definita « induzione grafica », cioè lo stesso fenomeno che si verifica nel campo elettrico con l'attrazione magneti-



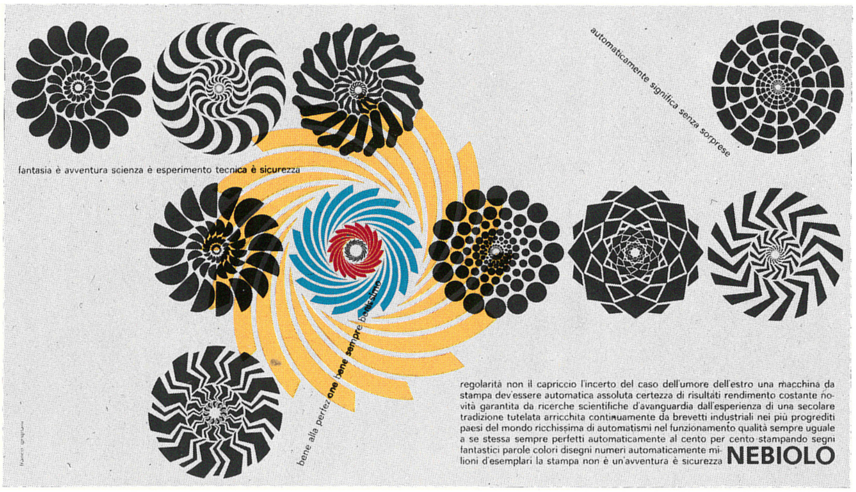

1961






1964

ca. Ciò determina una specie di ipnosi. Tale terminologia, oltre a rivelare un mondo grafico nuovo, diverso da quello della visione dell'occhio umano, denuncia il processo intellettualistico, psicologico che è all'origine nel momento creativo, anche se la realizzazione pratica si traduce nella soluzione di problemi estremamente pratici, quasi matematici.
L'etichetta di astrattismo che si sarebbe tentati di applicare alle opere di Grignani è quindi falsa. Anche perché queste opere non sono concepite e realizzate soltanto in funzione estetica.
« Sarebbe augurabile — dice Grignani — che le scuole grafiche non insegnassero soltanto a 'fare' ma anche e soprattutto a 'vedere'. E vedere vuol dire un'apertura mentale, una ricerca, un superamento della normalità, perché nella nostra professione lo sviluppo dei poteri di invenzione precede e supera di molto in valore l'addestramento nelle abilità tecniche per quanto sofisticate possano essere ».



1957

1963

1962

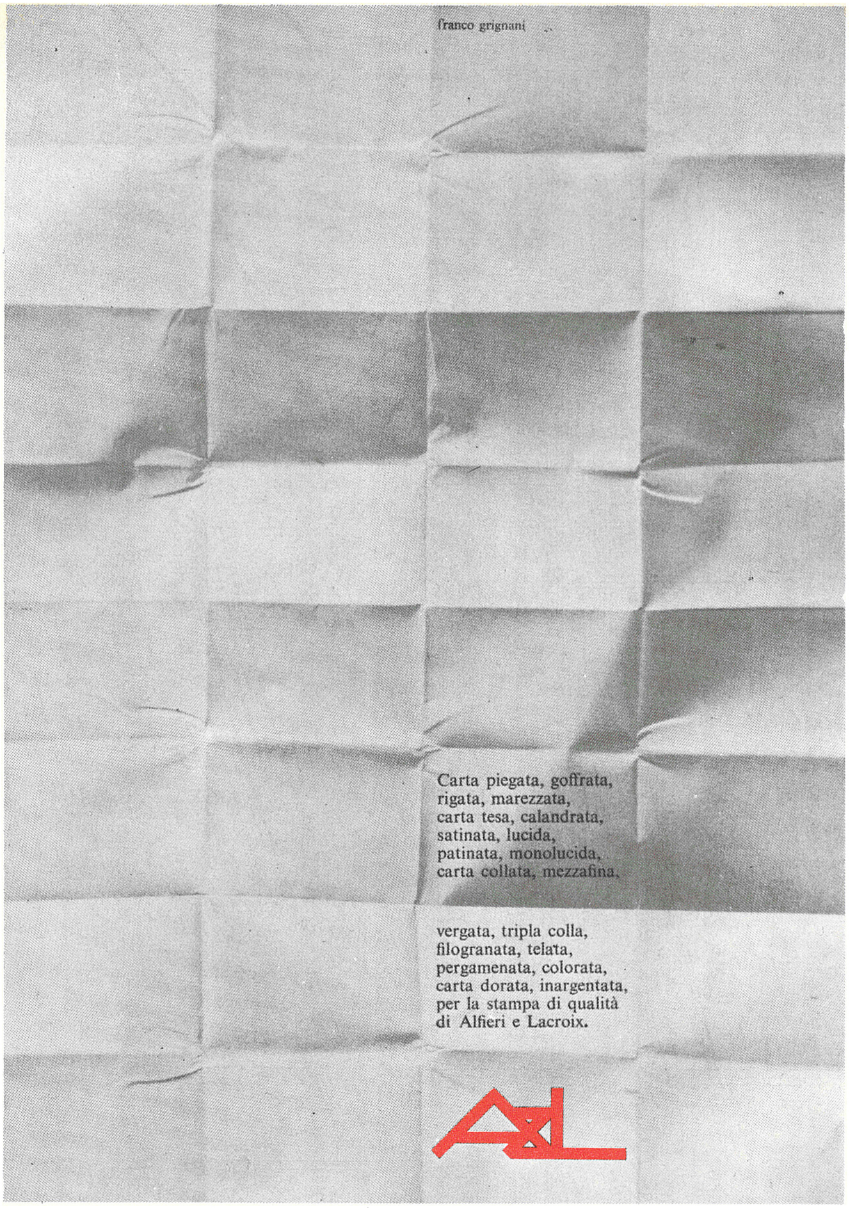
Nel gioco, nel moto dei bianchi e dei neri, nel senso del disegno, nell'armonia, nell'equilibrio di quello che l'occhio vede, interpreta, insegue, sta una perfezione reale, concreta, inattesa. Così è nel tessuto, dove la perfezione è sintesi di straordinari fattori che coesistono in armonico equilibrio e si completano: qualità della materia (pura lana vergine), capacità creativa (originalità dei disegni), tecnica del tessere (esperienza di generazioni), senso della moda (attualità di gusto). Sono i fattori, questi, che contraddistinguono e caratterizzano la produzione Ermenegildo Zegna.
primato di qualità
ERMENEGILDO ZEGNA

1962

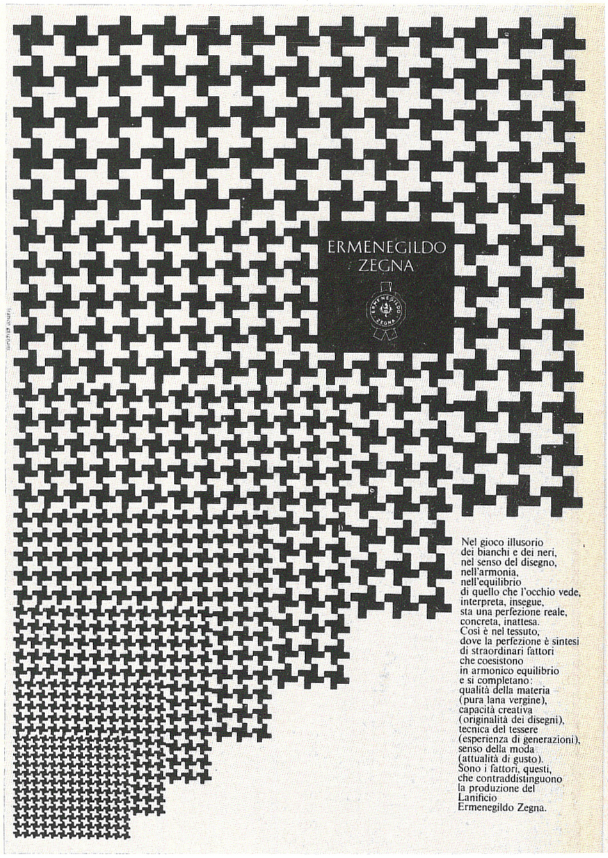
La ricerca chimica individua nuove materie prime, crea e rimodella i processi produttivi, propone beni strumentali e di consumo con prerogative e qualità superiori a quelle di altri prodotti già noti. La sintesi chimica è oggi in grado di creare in poche ore prodotti per l'elaborazione dei quali la natura impiega talvolta intere epoche geologiche.
L'incessante sviluppo dell'attività produttiva della Montecatini trae impulso da una potente organizzazione scientifica. Oltre all'Istituto di Ricerche "Guido Donegani" di Novara - uno dei più vasti e attrezzati in Europa - il Gruppo possiede un organico complesso di Istituti specializzati in campi specifici: prodotti chimici per l'agricoltura; idrocarburi; materie plastiche; prodotti chimici per l'industria; vernici e pigmenti; metalli; coloranti; prodotti farmaceutici; prodotti veterinari; fibre tessili artificiali e sintetiche.
Grazie alla costante attività di ricerca, la Montecatini ha raggiunto una posizione di avanguardia nel novero delle maggiori industrie mondiali
la chimica anticipa il futuro
MONTECATINI Società Generale per l'Industria Mineraria e Chimica

1962

sic
In molti colori e in una gamma praticamente illimitata di combinazioni, tutti i materiali termoplastici della Mazzucchelli Celluloide s.p.a. si impongono anche per la grande varietà della scelta. Il colore è ornamento, è armonia, è giovinezza; ma in molte applicazioni tecniche esso serve a distinguere, a identificare, a ricordare. E' una qualità estetica che diventa qualità funzionale.
sic
Mazzucchelli Celluloide s.p.a.
Castiglione Olona (Varese) Italy




1964

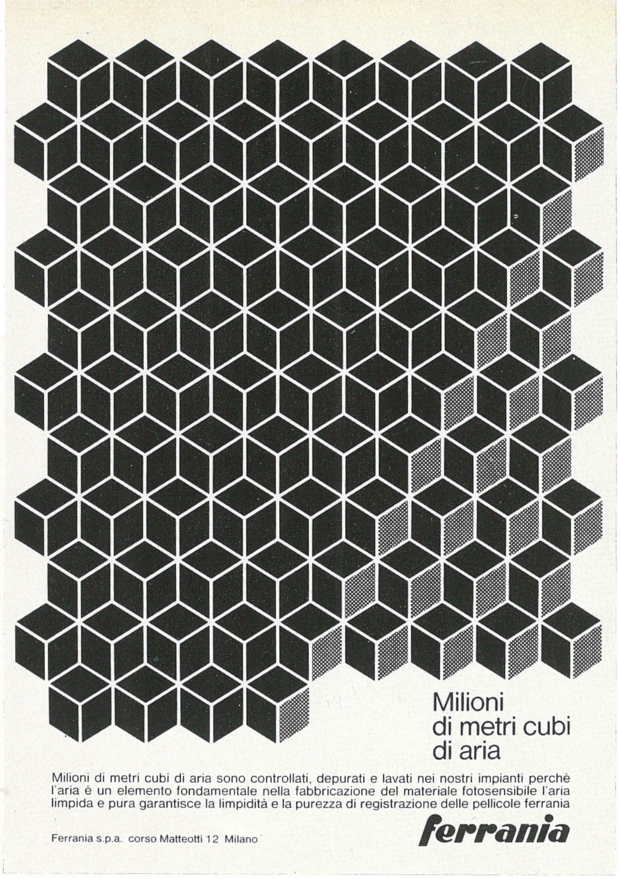



È un modo di esprimersi, quello di Grignani, che non soltanto si inserisce nelle tematiche proprie della nostra civiltà, ma ne anticipa forse gli sviluppi. Non crediamo che egli abbia posto dinanzi a sé dei traguardi da raggiungere, bensì delle semplici tappe. Perché se la comunicazione è per sua natura dinamismo, ed il segno ne è soltanto uno strumento, una grafica intesa come linguaggio dei tempi, come specchio delle interpretazioni e delle espressioni che tali tempi comportano, non può aver traguardi.
Ai settemila esperimenti che già costituiscono il patrimonio di ricerca di Franco Grignani, ogni giorno se ne aggiunge qualcuno nuovo. E sono esperimenti che destano interesse in tutto il mondo (l'invito a tenere una relazione al Congresso « Vision 65 » che avrà luogo a New York ne è una testimonianza) e che spaziano in campi sempre più vasti. Non stupisce che queste esperienze abbiano, ad esempio, già abbozzato anche lo studio di quella che sarà la scrittura del futuro. La stampa, oggi, tende verso una tecnologia meccanica con un alto grado di automazione. Attrezzature elettroniche hanno sostituito le facoltà sensoriali dell'uomo, esistono inchiostri magnetici per la elaborazione di dati ed i caratteri di stampa che ne derivano non hanno nulla delle forme e dei valori calligrafici dei tradizionali caratteri. Le lettere dell'alfabeto come si modificheranno? Come c'è stata una scrittura gotica, ci sarà una scrittura elettronica, che si differenzierà da quella oggi in uso comune?
È un interrogativo, uno dei tanti che Franco Grignani si va ponendo da trent'anni a questa parte e per i quali ha sempre cercato una risposta moderna, anticonformista, degna di una « civiltà del segno » che rispecchia il dinamismo dei tempi.

**GUIDO ELLI**

1960

1963




1959

1963